



Pilar Suberviola

socia-directora
de Decomgrupo

pilar@decomgrupo.com

El reto del cliente conductor (IX)

En este nuevo artículo profundizaremos sobre las mejores técnicas para influir en los clientes de nuestro taller de forma positiva. La base para ello es generarles confianza y transmitirles autoridad, pero también establecer con ellos un diálogo abierto y ofrecerles soluciones a sus necesidades.

Una de las claves para ofrecer a nuestros clientes una experiencia única y diferente consiste en saber ejercer en ellos una influencia positiva. Según el Dr. Hogan, para conseguirlo es preciso conocer las motivaciones básicas de los seres humanos, así como identificarlas y adaptarlas a cada persona. Por último, para ejercer influencia real sobre los demás necesitas dominar las técnicas de la comunicación persuasiva.

A principios del siglo XX, Dale Carnegie fue consciente de que uno de los mayores desafíos de las personas, especialmente de los vendedores,

era el trato con la gente. Se dio cuenta que la mayoría ignoraba cómo persuadir a los demás. Por eso escribió su libro "Cómo ganar amigos e influir en las personas", donde nos da alguna de las claves.

Analicemos dos de ellas y su repercusión en la relación con nuestros clientes. Por un lado, considera que la única forma de lograr que una persona haga algo es darle lo que desea. Así, si queremos que el cliente recurra a nuestros servicios o compre nuestros productos, primero debemos saber qué espera de su experiencia en nuestro taller, para posteriormente recrearla para que vuelva a nuestras instalaciones. Por otro lado, según la teoría de Carnegie, el medio más

ALGUNAS CLAVES DE LA INFLUENCIA

- 1 Para conseguir que alguien haga algo debes darle lo que desea
- 2 El medio más eficaz para influir en alguien es hablarle de lo que quiere y demostrarle cómo alcanzarlo
- 3 La influencia positiva fomenta la colaboración y fortalece las relaciones con los clientes
- 4 Para influir en alguien, debes fomentar el diálogo con tus clientes
- 5 Debes generarles confianza y transmitirles autoridad a través de tus palabras y gestos

eficaz para influir en los demás es hablar de lo que el otro quiere y demostrarle cómo alcanzarlo.

¿Has observado que a la mayor parte de la gente le gusta hablar de sus inquietudes y esto convierte a veces una conversación en una lucha por la palabra? Si en nuestra interacción con el cliente nos centramos en explicar los beneficios de nuestros servicios/productos en lugar de focalizar nuestros argumentos en línea con lo que al cliente le interesa, difícilmente lograremos influirle positivamente.

GENERAR CONFIANZA. La confianza es un aspecto fundamental en las relaciones interpersonales. Al cliente que entra en tu taller le interesa conocer qué le puedes aportar, qué valor añadido puedes darle y qué problemas puedes solventarle. Por lo tanto, si cuando llega a tus instalaciones se encuentra a alguien que le muestra los servicios/productos sin apenas asesoramiento o comentario, o peor todavía, si lo que aporta son comentarios negativos, difícilmente te ganará su confianza. Conviene recordar que la confianza del cliente pasa por la

La confianza que generas en tus clientes pasa por la confianza que tengas en ti mismo. Valorarte es una forma implícita de valorarlos a ellos

confianza que el profesional tenga en sí mismo. Según los expertos, valorarte a ti mismo es una forma implícita de valorar a tu cliente.

FOMENTAR EL DIÁLOGO. La relación con el cliente debe convertirse en un intercambio de información. Como buenos profesionales, huiemos de grandilocuentes monólogos y arduas argumentaciones para conseguir que el cliente exponga su punto de vista y sus sentimientos. No se trata de ofrecer abundante información para demostrar lo que sabemos sobre su automóvil, sino de fomentar el diálogo necesario para que el cliente se exprese lo máximo posible, mientras nosotros le damos la información precisa y oportuna en cada momento.

SINCRONIZAR Y TRANSMITIR AUTORIDAD. Identificar el estilo de comunicación de nuestro interlocutor nos dará la guía de cómo debemos comunicarnos con él para sintonizar.

Trasladar al cliente señales de autoridad es vital para nuestra credibilidad. El comportamiento de una persona la hace más o menos influyente. La sensación de seguridad vendrá por nuestros gestos, tono de voz y entonación del mensaje. Sin duda, una mirada firme, que exprese seguridad y respeto, es otro elemento clave. Pero, sobre todo, debe existir una coherencia entre lo que queremos transmitir y cómo lo expresamos. ◀